传统媒体和新媒体融合发展的思考

摘　要：随着社会经济的进步与信息化程度的进一步深化，传统媒体与新媒体正逐渐朝着相互融合的方向发展，并日益走向信息化全媒体时代。受信息化的影响，大众获取信息的渠道越来越多元化，传统媒体与新媒体作为信息传播的主要载体，也受经济全球化以及产业多元化的影响而发生变化。本文从传统媒体与新媒体的融合现状及面临的困境进行分析，总结了一些有针对性的解决策略。

关键词：传统媒体；新媒体；融合发展；策略
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）05-044-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.05.005

文 / 闵勇

与传统媒体相比，新媒体其全面性、时效性、交互性等优点逐渐受到社会的广泛认可，并在人们的生活、工作中发挥着至关重要的作用。但是，新媒体在带给人们生活便利的同时，也使传统媒体的社会地位受到消弱，甚至已经出现了生存危机。在全媒体时代的大环境下，传统媒体与新媒体的融合是媒体发展的必然趋势。

1. 媒体概述

1.1 新媒体

新媒体是相对于传统媒体的概念。新媒体以互联网为依托，应用一种全新的传播方式向大众进行信息的传播。通过对大众喜闻乐见规律的掌握，传播受众喜爱并需要的信息，使传播效果更加及时，对观众阅读兴趣的吸引力更加高效。但随着信息传播的高效、便捷，也给一些别有用心之人带来了可乘之机。他们通过信息传输漏洞进行虚假信息的传播，发表不利于社会健康发展的舆论，在一定程度上制造了社会动荡，造成了较为严重的不良影响。

1.2 传统媒体

传统媒体的诞生使人类的文明发展更加便利，是生产劳动的一大动力，并大力促进了政治经济的快速发展。虽然传统媒体意义重大，但也具有一定的局限性，其信息传播手段单一、过程复杂，很多信息不能在第一时间送达至群众手中，群众的需求得不到满足，所以，其在全媒体时代中的地位在逐渐下降[1]。

1.3 传统媒体与新媒体的差异

传统媒体政策资源丰富，是一种具有生产公共精神产品效能的媒体形式。新媒体则是一种全新的媒体形式，其主要是强调市场的实际需求，相比传统媒体更能吸引人们的关注，其个性化的特点符合更多人的需求。目前我们所说的传统媒体是指报纸、电视、广播、杂志、户外广告牌等形式，这些形式的媒体可以帮助人们了解相应的媒体信息，但不能对其发表意见做出评论。而新媒体则在此基础上给人们提供了互动平台，可以使大众针对社会现象或事件自由发表观点，相互交流探讨。

1.3.1 技术支持不同

在传统的媒体形式中，杂志、报纸等是以印刷技术为依托，广播、电视是以音频与电磁波技术为依托。而在新媒体中，则是以数字信息技术与网络技术为依托。与传统媒体技术相比，新媒体技术更具综合性与兼容性。

1.3.2 运营模式不同

在运营模式方面，传统媒体比较注重媒体的表现形式，而新媒体则更倾向于用户需求的满足，而且其传播信息的过程需要运营商的技术支持[2]。

1.3.3 角色定位不同

在角色定位方面，传统媒体具有相应的政治属性，其主要起着主导社会价值观的作用，其表现形式具有一定的局限性，但其具有的权威性是新媒体不能比拟的。新媒体表现形式丰富，传播的信息具有多样化，但很多信息的真实性不能得到保障。

1.3.4 传播特质不同

在传播方式方面，传统媒体的传播方式主要是一点对多点的单向传播，人们只是将传播信息被动地接受，不能进行观点发表或交流探讨；新媒体利用信息技术的功能，使信息传播的速度更快、范围更广，而且更具有灵活性，并为人们提供了信息交流的平台，其传播形式多种多样，可以使更多用户的不同需求得到满足。

2. 传统媒体与新媒体融合发展的必要性

2.1 新媒介技术的发展

新媒介技术的发展，使传统媒体受到挑战的同时也带来了新的机遇。“媒介即讯息”是麦克卢汉对传播媒介在社会发展中重要意义的精炼概括。也就是说，引发社会变革的并非是其传播的内容，而是传播媒介本身。互联网技术与新媒介技术的广泛应用，在影响着传媒业巨大变革

的同时，也对传媒市场格局的调整起到了促进作用[3]。

2.2 社会大众的多元化需求

当今互联网时代，媒介的多样化与社会大众的多元化需求，正在将传统传播者和受众的关系逐渐改变。由于传统的传播模式单一，受众只能被动地获取信息。但互联网的发展，微博、微信等多类新媒介的出现，使传播方式逐渐向双向传播转变，受众逐渐成为了信息的主动选择者，甚至是传播者。与此同时，信息传播渠道的多元化促进了受众细分化的进程。

3. 传统媒体与新媒体融合的现状

在当代社会背景下，传统媒体与新媒体的融合正向更广更深的方向发展。党的十八届三中全会，习近平总书记强调了传统媒体与新媒体的融合发展力度应得到进一步加强，在注重媒体传播及其发展规律的同时，注重互联网思维的应用，注重两者优势互补，实现传统媒体与新媒体在平台、内容、经营、渠道等方面的深度融合，以达到传播体系的立体多元化，确保融合发展的目标正确统一。目前，新媒体与传统媒体正在向着互动双赢的方向发展，已经有部分媒体机构建立了自己的网络媒体，同时制定了完善的行业规范，实现了运行机制的有序、规范、合理。此外，社会团体与政府机构也建立了各种各样的平台活动，提高了公民的知情权，推动了传统媒体与新媒体融合的进程，实现了双向发展。信息的传播媒体以及传播途径的多样化，使人们生活方式的多样化需求得到满足，方便了社会大众的生活要求，也促进了生活质量的提高[4]。

4. 媒体融合的困境

4.1 利益问题较难解决

有很多传统媒体采用新部门、新人员、新平台的方式进行受众增量的试验。但这种方式使人与人之间缺乏必要的联系，关系比较生疏，从而使融合的亲密度比较低。在业务没有做到统一的情况下联系在一起，使相互之间的利害关系不相同，导致彼此间仍是各自为营，不能真正实现增量目标。

4.2 经济收效成果不乐观

我国信息媒体的发展与国外相比仍然比较单一，缺乏相应的高级人才，资金方面也存在缺口。在这种情形下，如果进行盲目的项目投入和大数据考量，反倒不能达到尽如人意的效果。因此，传统媒体在与新媒体相互融合时，要加大技术的变革和模式的更新，使融合实现质的飞跃。

4.3 传统媒体转型压力大

在全媒体网络时代背景下，新媒体吸引了大量的年轻受众，并在短时间内得到了快速的发展，新媒体通过各种手机 APP 进行信息传播，为社会的发展带来了巨大的发展。而传统媒体以广告等手段进行传播的方式已经不能使受众的要求得到满足，转型已是必然趋势。

5. 媒体融合发展的策略

5.1 渠道的融合

与传统媒体相比，新媒体有更具优势的传播渠道。因此，在传统媒体与新媒体融合发展时，要注重传播渠道的融合。一方面，新型媒体要与传统媒体有机结合，获取传统媒体中的权威性信息资源，将新媒体信息的公众公信度逐步提升上去，实现媒体信息的交互性传播；另一方面，将新媒体中备受欢迎的新兴渠道进行保留，将新媒体的交互性优势充分发挥出来，使受众实现在平台上进行信息交流的目的。

5.2 资源的融合

进行资源融合是指，将新媒体与传统媒体的精神资源与物质资源进行有机融合，其中，物质资源主要包括媒体的现实资源、历史资源与未来资源。我国经过五千年的文化积淀，其文化精髓是媒体界的重要物质资源。新中国在建设创造的过程中产生的众多优秀成果，都是传统媒体与新媒体进行融合的源泉，成为媒体发展的强大动力。我国的媒体产业经过数年的经验积累，有非常丰富的内容资源；而政策资源是我国媒体的一大优势，对媒体的发展具有导航作用，并对内容资源的高效发展指明了方向，二者交相辉映，相互促进，推动了传统媒体与新媒体的融合发展进程。此外，传统媒体与新媒体融合发展的方式还包括线下与线上资源的融合，这样才能更加有效地吸引用户的关注，并将每位用户发展成为媒体传播的个体。线下资源与线上资源的有机融合使二者更具生命力[5]。

5.3 信息内容的融合

无论是新媒体还是传统媒体，优秀的信息内容均是吸引受众关注的主要方面。传统媒体政治色彩厚重，其信息传播的过程受有关部门的监督与管理，所以发布的信息具有可靠性和权威性；而新媒体因其传播方式形色各异，所以信息的真实性相对有待提升。因此，传统媒体与新媒体进行融合时，要将二者的优势充分结合，既要将新媒体传播方式与传播内容的多样化充分调动起来，也要严格按照传统媒体的监督审查制度对新媒体进行约束，确保信息传播的可靠性与权威性，从而实现二者相互借鉴，互相补充。

5.4 市场的融合

在媒体市场的大环境下，新媒体凭借自身的市场基因，以人们喜闻乐见的全新姿态顽强地屹立在激烈的市场竞争中。在传统媒体与新媒体的融合中，要在确保传播信息准确性的基础上，将信息的传播效率与容量提升

（下转第 88 页）